图书情报工作
第62卷 第2期 2018年1月

“互联网+”环境下传统馆藏信息服务O2O模式研究*

张璐 王萍 陈为东 张卫东
吉林大学管理学院 长春 130022

摘要：[**目的/意义**]针对图书馆、博物馆和档案馆(简称“图博档”)等文化遗产机构用户服务渠道阻塞、目标用户接触不充分、馆藏资源利用率低等现实问题，基于“互联网+传统馆藏信息服务”探讨线上至线下服务模式的可行性。[**方法/过程**]通过文献调研从理论上分析传统模式的滞后性和O2O模式在图博档领域的应用性，并举例说明国内文化遗产机构“线上至线下”服务方式的应用现状。提出传统馆藏O2O信息服务模式，阐释其内涵、要素和形式，并探讨其实际运行情况和服务流程。[**结果/结论**]文化遗产机构正以主动的姿态适应数字时代变迁，传统馆藏O2O信息服务模式符合这种变化趋势，对开展用户服务和实体馆转型均有助益。

关键词：传统馆藏 信息服务 O2O模式 互联网+
分类号：G250.7
DOI:10.13266/j.issn.0252-3116.2018.02.010

“互联网+”行动计划的提出旨在优化社会传统领域对互联网创新元素的简单应用，推动我国实体经济蓬勃发展、公共服务转型升级、公共信息资源开放共享。图书馆、博物馆、档案馆(简称“图博档”)等文化遗产机构作为公共文化服务的重要组成模块，承担着传承社会文明创新成果和区域发展记忆、整合海量图博档信息资源、提炼与传播珍稀馆藏资源的二次信息等职能，其中最根本的是切实有效地为用户提供馆藏信息服务。然而在互联网环境下，传统馆藏信息服务方式已经与人们要求快速简捷、高效精准的信息需求习惯产生矛盾，亟需引入创新型互联网产品及产业运营模式加以改善。

文化遗产机构需面向用户提供更为优质和精确的线上线下服务，这种理念与O2O(online-to-offline)模式的应用前景不谋而合，并逐渐体现在各类文化遗产机构的实际运营中。目前，上海浦东新区档案馆开通了“市民云”查档预约，开启“互联网+”时代档案远程便民服务新篇章[1]。2016年12月20日，杭州图书馆的智慧文化服务平台正式上线，面向用户提供图书借阅O2O服务。该平台还整合了基层文化馆、文化遗产保护中心的各类文化活动，以期改善文化服务小、弱、散的现状[2]。因此，将O2O模式迁移应用到传统馆藏信息服务中具有实际意义，值得探究。

1 传统馆藏O2O信息服务模式的可行性

1.1 传统模式及其滞后性

传统馆藏主要指文化遗产机构中以实物形式保管的藏品。相对于网络资源，其对实体空间要求较高，以记录型信息源和实物信息源为主[3]，包括纸本、文物、磁盘等。

本研究以图书馆、博物馆和档案馆作为文化遗产机构的代表进行研究。传统的实体馆服务模式和流程需要用户“人到现场”后再查询所需馆藏信息或获取参观资格，这种服务方式在网络时代逐渐显现出一定的滞后性：①用户和实体馆之间的信息不对称，易造成用户在馆际间辗转奔波仍难以获取所需服务，对实体馆的有效资源和双方时间、精力造成浪费；②潜在用户往往不了解馆藏资源的分布和利用方式，而在线信息渠道的缺乏阻碍了他们的需求转化。此外，目前部分馆藏资源虽也能够以虚拟数字化的形式通过网络传递给用户，但仍存在如下缺陷：①图博档馆藏的远程利用存在载体形式、传递安全性、知识产权、用户社交体验、预算、技术等固有限制；②博物馆、档案馆的馆藏资源

* 本文系国家社会科学基金青年项目“馆际合作视阈下数字档案文化遗产整合路径研究”(项目编号：15CTQ038)研究成果之一。
作者简介：张璐(ORCID:0000-0001-6647-3925)，硕士研究生，E-mail:541849462@qq.com；王萍(ORCID:0000-0002-0308-7362)，教授，博士生导师；陈为东(ORCID:0000-0003-4546-1305)，博士研究生；张卫东(ORCID:0000-0001-7512-0814)，副教授。
收稿日期:2017-06-19 修回日期:2017-09-17 本文起止页码:65-72 本文责任编辑:王传清

具有特殊性，提供完全的数字化信息传递和文化交流服务不切实际。因此，传统馆藏信息服务模式与互联网潮流存在脱节，要面向新时代的用户提供服务，有必要探索新模式。

1.2 O2O 模式概况

O2O 模式主要应用于第三产业，其概念起源于国外。2010 年 8 月 7 日，R. Alex 于 TechCrunch 上指出，O2O 的关键是在线上挖掘消费者，并将他们带入实体店中，它立足于本地生活服务，比传统 B2C 边际成本更低、社交体验更优[4]。在国内，O2O 的实际应用早于概念本身的引入。从携程网（1999 年）、大众点评网（2003 年）、美团网（2010 年），到滴滴打车（2012 年）、苏宁线上线下同品同价（2013 年），直至 2016 年初，美团点评完成全球最大的 O2O 融资项目[5]，O2O 在本地化服务和体验型产品市场中所展现的巨大发展潜力，正与文化遗产机构面向用户提供信息服务或文化体验的根本点契合。

广义上讲，凡是商务活动的整个过程中同时涉及到线上和线下交互环节的商业模式统称为 O2O 模式，且不严格限定商务活动的起终点、进行方向以及是否为闭环。狭义上讲，O2O 模式是指商务活动由线上渠道引流并确认订单开始，到用户在线下获得服务或产品为终止的商业模式。

1.3 O2O 模式可行性

图书馆、博物馆和档案馆是公共文化服务领域的代表性机构，有必要考虑互联网时代馆藏信息利用的转型升级。O2O 模式既符合图博档的体验型服务形式，又能满足网络时代用户信息获取和行业发展需要，是一种可行的方案。

1.3.1 政策与经济层面　我国政府支持互联网深入应用于实体产业，大力倡导“互联网 +”的落实，出台了《国务院关于积极推进“互联网 +”行动的指导意见》等一系列指导性文件。特别是 2015 年 9 月发布的《关于推进线上线下互动加快商贸流通创新发展转型升级的意见》，将 O2O 模式提到了政策高地。据商务部统计，2016 年上半年，中国 O2O 市场规模达到 3 049.4亿，同比增长 80%[5]，如此迅猛的增长离不开政策鼓励。图博档等文化遗产机构拥有固有资源优势，可顺应政策导向，根据自身有利条件引入 O2O 模式，使体现“互联网 + 传统馆藏信息服务”的 O2O 项目获得政府财政支持。同时，图博档等机构提供的是公共服务，在 O2O 平台搭建时可考虑借助社会资本，即采用公私合营的方式筹建平台。

1.3.2 组织和技术层面　O2O 模式具有区别于实体商贸和传统电商的四大核心特点：①以实体经济为首要前提，首先要依赖线下实体店的支撑，消费者最终到实体店消费[6]，物流和商流在线下流动，减少了线上交易的距离感和虚拟感，这也使得 O2O 模式区别于普通电商；②以线上交易为根本途径，全支付环节在线电子化，确保商业闭环的形成，资金流和信息流在线上流动，这使其区别于传统实体产业运作方式；③以区域本地为一般范围，其本质上就具有 LBS（location based service）的特性，通过用户定位面向具体区域提供服务；④以精准营销为最优策略，完整获取全过程中消费者行为数据，据此进行高度针对性的个性化营销。

O2O 模式的这些特点与文化遗产机构的馆藏信息服务特性相匹配，体现为：①图博档等机构的信息服务一般以相应实体馆为支撑，这符合 O2O 模式以实体经济为基础的特点。特别是博物馆和档案馆，由于其资源的独特性和珍稀性，不宜交于第三方，这决定了 B2C 等依赖物流而无线下实体的服务模式并不适用。②文化遗产机构大多已有架构较为完善或在建的网站作为信息查询平台，类似于 O2O 的线上信息发布和引流。以档案馆为例，在全国 31 个省级、自治区和直辖市档案馆（不含港澳台）中，提供了明确预约查档入口的有 16 个，其中江西、浙江、四川档案馆等 5 个有明确公开的预约回复，北京、福建档案馆虽无回复，但整体查询体验较为顺畅详实。其他 15 个档案馆的官网基本没有预约功能，但天津有档案全文在线阅览、重庆和湖南有较为详细的在线交流、贵州有在线预约交流实例但具体入口不明。虽然各文化遗产机构开设的线上信息交互和预约到馆服务水平存在差距，一些模块和实际功能还有待落实，但与 O2O 模式的在线订单非常相似，表明其具备应用 O2O 模式的良好基础，也完全能提供线上至线下的便捷化、人性化服务。③文化遗产机构的属地性质适用于 O2O 模式。O2O 模式的一大特点就是其服务范围一般限于本地，而图书馆、博物馆和档案馆因为馆藏资源和到馆用户一般来源于本辖区，也遵循属地管理原则[7]，特别是博物馆和档案馆，由于馆藏资源的特殊性，除特殊情况外通常不予外借，O2O 模式适用于这种“本地化”“本馆化”的性质。

综上所述，O2O 模式更适合网络环境下的馆藏信息服务，对推动图博档服务多样化极具意义。

2 传统馆藏O2O信息服务模式

2.1 定义及功能定位

在国外实践中,线上至线下的图博档资源集成思想已有体现,如美国国家文件与档案署面向用户提供分类检索服务,而其实体资源藏于国家档案馆等中央级档案馆和一些文件中心,英国的档案馆和收藏在线项目也做得很好[8]。国内图博档领域对O2O的适用研究尚处于起步阶段。图书馆方面,学者们基于“互联网+”背景,提出O2O模式是图书馆服务转型的可行方案[9-11],并重点探究了图书馆O2O服务的现状、问题、方式和策略等[12-13];在O2O实践应用层面,针对城市图书馆、高校图书馆等具体情境[14-16]进行了研究,又灵活地在图书馆应用二维码的技术探讨中提出反向O2O服务模式[17]。对于图书馆O2O服务,陶姝成等[18]定义其为图书馆用线上推广和互动来吸引读者,进而促进读者对线下资源与服务的利用。博物馆和档案领域相关研究较少,张倩[19]在高校档案用户行为大数据系统中加入了O2O模块;田忠强等[7]对档案O2O服务做了如下定义:以互联网作为档案服务的前端载体,使线上的虚拟档案服务与线下的实体档案服务有机结合起来,共同完成完整的档案服务过程。

总结现有研究可知,图书馆领域O2O研究起步较早,涉及范围较广,相关技术、理念比较成熟;O2O模式在图博档领域的应用虽有通用性,但尚未有从文化遗产机构的整体层面所做的研究,且对具体运行方式和实践操作模式缺乏深入研究。结合图书和档案O2O服务的内涵,笔者将传统馆藏O2O信息服务模式定义为:馆藏信息服务以互联网为平台,通过线上引流使用户在线检索并预约,再凭借电子凭证在线下实体馆体验所需服务或获取馆藏资源的模式。

传统馆藏O2O信息服务模式的功能可以定位为:①聚合领域内信息资源,将服务渠道和用户入口向线上转移、聚拢;②线上线下结合,在实体馆和用户之间搭建便捷的桥梁,为用户提供便利;③解决馆与馆、馆与用户之间的信息失衡问题,避免信息渠道阻塞;④增加网络环境下文化遗产机构的用户黏性和活跃度。

2.2 核心要素

传统馆藏O2O信息服务模式包含三大核心要素,要素之间存在联系和作用,并在目的驱使下产生多种定向的流。这些要素分别是:

2.2.1 用户　对图书馆、博物馆和档案馆来说,用户是指一切可能产生馆藏信息利用行为的个体。新媒体时代图博档用户对于体验和场景构造的要求达到了新的高度,如通过移动终端获取最新、最优质的馆藏信息推送和更新;享受智能、快捷、简便的到馆利用和体验流程;个性化和泛在化服务需求的满足等。

2.2.2 实体馆　实体馆(涵盖馆藏和文化活动)属于支撑性要素,用户在O2O平台上查询到的数字化馆藏信息和预定的各类有偿或无偿服务,最终都将由实体馆向用户提供实际资源或体验。实体馆不仅可以在平台上提供常规服务的预约,也可以举办有偿活动(如特色馆藏展览、专家讲座、知识技能培训、学科信息深度咨询等)并引导用户通过O2O平台预订。

2.2.3 实体馆O2O信息服务平台　实体馆O2O信息服务平台可以由图书馆、博物馆或档案馆直接承担运营工作,也可以交由第三方来开发和运维。平台作为信息中介,联系着线上线下的用户和实体馆。其基本功能主要包括:①信息提供。除了提供相关的图博档实体馆的分类馆藏资源信息,也可以发布实体馆的特展和培训讲座等文化活动信息。②订单确认。向用户提供到馆预约功能,用户可在O2O平台上确认自己预约的服务或活动的表单,并由平台发送给相应实体馆。若服务为有偿服务,则需用户在线支付。③线上反馈及信息分析。用户通过O2O平台反馈、分享对实体馆的体验,同时,平台根据数据帮助实体馆挖掘目标用户的需求,从而对线下馆藏资源和服务进行针对性调整[20]。网络环境下,围绕以上核心要素,还应有更多独特的互联网元素以开放融通的姿态接入模式中。

2.3 网络环境下的传统馆藏O2O信息服务模式

2.3.1 概念层面:从核心O2O模式向开放互联转化

在以开放、互动、跨界、连接、融合为特色的“互联网+”环境中,人和人之间的距离在拉近,行业的外围壁垒也在被不断打破和重组,文化遗产机构身处这样的浪潮中,其线上至线下服务应当呈现出互联时代的特色,延伸合作范围、灵活开展服务,特别是线上服务的边界不应局限于单个实体馆的某项服务,而应以“人”为原点,面向新时代用户,设法提供立体、网状的O2O信息服务,见图1。这种立体网状的O2O服务结构贯穿前端营销、后端业务链及反馈,关注挖掘用户需求、引导用户体验。在“用户-实体馆-O2O平台”所构成的核心O2O模式基础上,通过与其他互联网元素广泛互联,在无数用户、实体馆之间创建联系。

例如,借助与网络搜索平台的连接,O2O平台可进行前端推广,如果用户搜索并想购买一本价格昂贵的书,而检索结果优先呈现为附近图书馆中存有的副本,

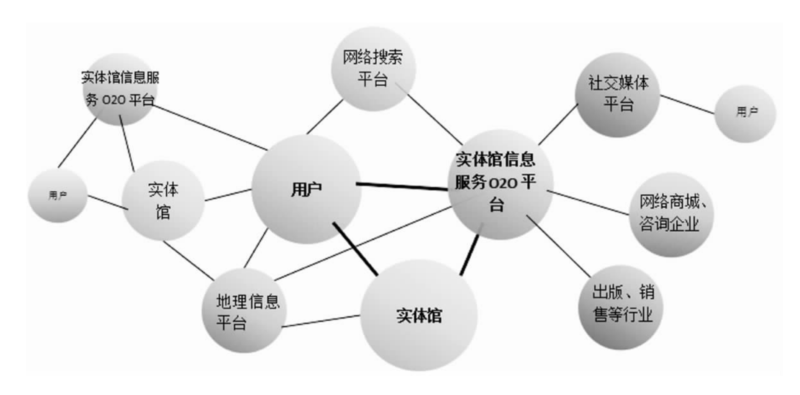


图 1　基于核心 O2O 模式的开放互联

并能通过图书馆 O2O 平台预约浏览，则向用户提供了良好的馆藏利用渠道。实体馆 O2O 平台也可连接在线地理信息系统，借助用户定位判断距离较近的其他实体馆是否有目标资源，并推荐馆藏利用的优化路线和方式，从而加强馆际互联、合理调配资源。同时，开放互联还体现在线下至线上购买实体馆的文化衍生产品、编研成果等，甚至通过 O2O 平台上用户信息行为数据分析揭示馆藏利用情况，为出版、销售等行业提供参考，这些互联服务均与移动互联网、云计算、物联网等技术息息相关。

2.3.2　结构层面：从分散式向集成式转化　目前，国内传统馆藏 O2O 信息服务主要采用分散模式，即一个实体馆对应一个单独的线上 O2O 平台，该平台的目标用户群体就是相应实体馆所藏资源和所办活动的潜在需求者。平台间相互独立，用户为了获取所需的馆藏信息服务，往往需要多方查找、筛选。目前，已有众多机构开展了分散式 O2O 服务，如国家博物馆为参观者提供到馆网上预约、线下检票和体验服务；南京博物院提供线下非遗系列体验、中华文化课堂等公众文化活动预约服务，如"一樽还酹江月——古代酒具里的智慧""彼得大帝与俄罗斯帝国"等主题活动；故宫博物院在 2017 年 7 月起试行全网络售票，10 月下旬正式实施，并设固定咨询台现场帮助用户完成该业务方式的过渡与转换。文化遗产机构采取这种方式旨在改善参观秩序、预判参观人数、节约等待时间、提升用户现场体验质量。

实体馆选择分散式 O2O 服务模式主要由于它们已有独立的在线信息平台，只需在现有基础上进一步挖掘和建设，或依托第三方公共平台开展业务，这一般不涉及大规模的投入、资源重组、业务链再造和复杂系统开发。但长期来看，受到单个实体馆资源和受众范围的限制，O2O 平台的功能和服务能力也难以扩展。未来，不仅实体馆的馆藏资源逐渐开放，馆间联系和互动也越发紧密、频繁，互联网为地理上分布式存在的实体馆进行馆际共建共享提供了契机，因此应该考虑如何更好地利用其从分散走向集成互联。

集成式 O2O 服务模式是指实体馆、O2O 平台、用户这三者是多对一对多的映射关系。如图 2 所示，集成式实体馆 O2O 平台面向用户提供的数据和服务列表，是对各馆的馆藏信息目录及活动数据进行处理和重组后产生的，平台由于体量较大，可采取专业化电子商务（active server pages）应用形式[21]来实现，即文化遗产机构将信息系统开发、运维等工作外包给 ASP，实体馆仅提供用户服务，并付给 ASP 租金。用户除可以获取不同实体馆的具体服务内容外，还可对分布式馆藏进行一站式检索，比较各馆开放时间、位置、服务质量等因素。

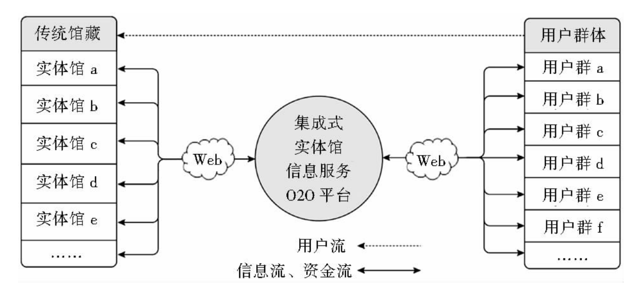


图 2　集成式 O2O 服务模式

当前仅有少数图博档机构在做此类资源整合的尝试，且大多不太完善，一般止于线上。如中国档案局档案科学技术研究所的"国家开放档案信息资源管理与共享利用综合系统建设项目"，通过整合全国 50 个国家综合档案馆和部分地县市级、专业档案馆的开放档案信息资源，建立了"中国开放档案共享平台"，并提供互联网查询利用服务，依托平台为欠发达地区档案馆建立档案信息综合管理系统，提供异地备份服务[22]。该平台有一个中央云中心和 6 个地方分中心，通过开放互联获取各类档案平台上的资源，具有应用集成式 O2O 模式的潜力。

集成式与分散式 O2O 服务模式对比见表 1，前者需要较多的资金和人力投入，实现起来较为复杂困难，但如果能长期良好运营，有利于形成以事业单位为主导的区域公共服务平台[23]。分布在一定区域内的实体馆可以通过共同的线上平台连接线下服务、收集用户体验反馈，从而有效聚集本地区的图博档实体资源，避免文化遗产机构边缘化、增强品牌价值和区域辐射力。

张璐，王萍，陈为东，等.“互联网 +”环境下传统馆藏信息服务 O2O 模式研究[J]. 图书情报工作,2018,62(2):65 – 72.

表 1　分散式与集成式 O2O 服务模式对比

	分散式	集成式
要素关系	一对一对多	多对一对多
目标用户	相对狭窄的受众群体和范围	范围广泛、群体类型多样
馆藏支持	单一实体馆	众多不同实体馆
馆间联系	极少	较强
平台运营	自营,运行方便	外包、合资等方式
业务内容	服务内容少	业务范围广泛
适用对象	馆藏资源丰富、业务活动成熟完善、规模较大的实体馆。特别是线上平台建设较好、功能也相对落实完备的文化遗产机构。	线上功能尚不完善的中小型实体馆和大型实体馆的联合,但初期需要政府或行业内较大型的实体馆牵头带动。
实践	国家博物馆、陕西历史博物馆、广东省博物馆、首都博物馆、上海图书馆、深圳图书馆、中国美术馆等	实现难度大;暂无较成熟实践案例
商业领域参考	苏宁、小米等:线下有独家实体店支撑(苏宁商城、小米之家),线上有冠名电商平台(苏宁易购、小米网上商城)	美团网、滴滴出行等

2.3.3　业务层面:从核心业务向增值业务转化　传统馆藏 O2O 信息服务模式是在“面向用户”的互动服务业务驱使下进行的,见图 3。过去,实体馆线上平台的信息服务往往是围绕馆藏及其数字化产品展开的,而当下,文化遗产机构 O2O 平台的建设重心应向“人的体验”转移,在传统核心业务的基础上,考虑开展增值业务甚至更广泛的外延业务。用户通过网络搜索平台接入 O2O 平台,在线上选取自己所需服务并获取订单,凭线上订单到实体馆体验。在这个过程中,O2O 平台以核心业务为主线,向用户提供全方位的馆藏及活动在线预览、预约信息接收、个性化信息存储、馆藏信息即时更新等,这些业务源于图博档机构的传统职能,如藏品或图书采集、捐赠;向大众提供的阅览、查询、参观服务;具有较强学科性与专业性的研究咨询等。

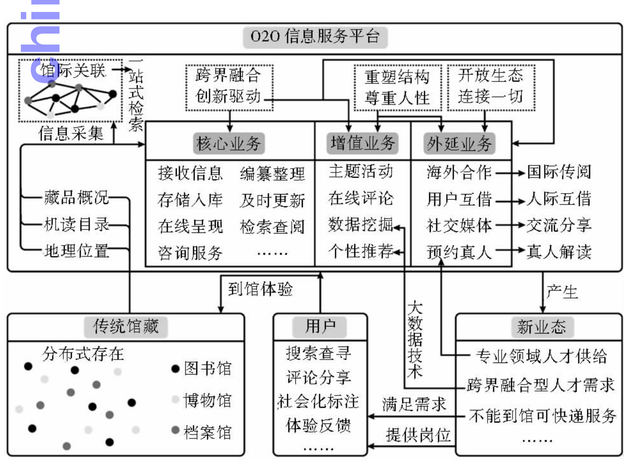


图 3　业务驱动的传统馆藏 O2O 信息服务模式

但在开放互联环境中,O2O 平台不仅要为实体馆的传统职能提供线上引流入口,还应创造式地开展增值业务和外延业务。平台可利用网络优势进行特色主题文化活动的线上推广、筹备和预约,并鼓励用户生成内容的“引入”和“流出”,借助与新媒体的联结,用户既可以在 O2O 平台上看到他人对馆藏或活动的点评,也可自由分享自己的线下体验到社交媒体或个人主页上。同时,大数据技术和跨界人才的启用能为用户提供更感兴趣、更专业的服务。为充分向用户提供生动而富有社交趣味的线上至线下体验,还可尝试开展文本类馆藏的跨区域传阅,同一兴趣领域的用户也可通过 O2O 平台预约个人藏品互借、真人知识解读,并到线下实体馆参与相应活动。O2O 平台的业务不应是单向的,而应是平等化、多维化、并允许人与人之间的互助。从而将尊重人性、开放生态的“互联网 +”理念通过 O2O 平台贯穿于丰富的业务带到现实中,促进信息服务的提质增效乃至新业态的产生。如图博档行业与医学、建筑、金融等专业领域人才在跨界知识服务中的对接,以及便民馆藏利用中与物流行业的组合服务,甚至在互联网影响下各实体馆间的关系网络转型,这才是网络时代实体馆及其 O2O 平台能带给用户社交体验和价值实现的关键。

3　具体运行及服务流程

3.1　传统馆藏 O2O 信息服务模式的运行

无论中观层面采用分散式还是集成式服务模式,其具体运行和服务流程基本一致。区别仅在于数据库、实体馆及工作人员的数量和质量差异。模式的具体运行情况见图 4。用户产生馆藏资源和活动信息需求后,在 O2O 平台上进行检索,首先用户将需求转化成文字传递到自动化检索模块,自动化检索模块在实体馆馆藏及活动数据库支持下,根据关键字对所需服务及活动进行检索。若自动化检索模块显示实体馆可以提供相关服务,即馆藏及活动数据库中有该条记录,则反馈给用户,由用户确认并生成订单。随后系统将

订单发送给相应实体馆,同时将接受订单的消息发送给用户。若自动化检索模块未获得检索结果,则将此订单转交给人工在线咨询馆员。专业馆员对馆内资源进行人工筛选和检索,若找到用户所需服务,则生成并发送订单;若仍未找到所需服务(存在图博档资源转借、特殊或涉密藏品等情况),则向用户说明情况并结束线上馆藏信息服务。

用户收到实体馆接受订单的消息后,可以凭借订单中的电子凭证信息、通过交通系统到馆体验服务。

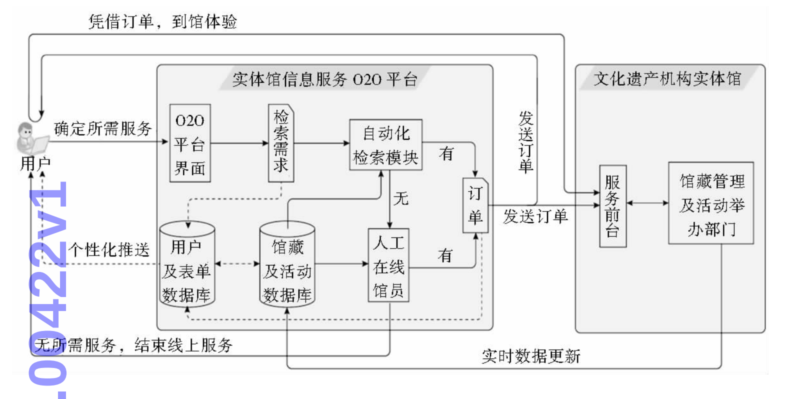


图 4　传统馆藏 O2O 信息服务模式的运行

整个过程有 4 点需要注意:①每个订单都应有唯一代码或流水号,并通过收集评价完成闭环,这样才能实现馆藏信息服务的流程跟踪和大数据积累;②实体馆管理馆藏信息及举办文化活动的部门需与 O2O 平台保持联系,确保馆藏数据和各类(有偿或无偿)活动信息的实时网络更新,并切实、及时地处理预订表单;③实体馆、O2O 平台以及用户之间存在信息流、用户流、资金流,且信息流的流动是双向并广泛存在的,用户流由用户向实体馆方向流动,资金流发生于深层知识服务、特殊馆藏利用、藏品捐赠等情况,可在用户和实体馆之间双向流动;④检索需求和订单被平台获取后,即转入用户及表单数据库,该数据库为用户建立个人账户,并根据用户查询和预定行为获取用户偏好。随后,它与馆藏及活动数据库进行信息匹配,从而发现并向用户推送可能需要的馆藏资源或活动,以满足用户个性化需求,个性化推送过程在图 4 中用虚线箭头表示。

在运行过程中,发挥桥梁作用的实体馆 O2O 信息服务平台整体示意见图 5。除相关实体馆的独立 O2O 业务外,平台还可接入本地区其他文化遗产机构的资源及业务,通过数据关联扩大用户面和影响力。也可通过主题服务预约窗口,为用户提供个性化馆藏信息 O2O 服务。

3.2　线性服务流程

传统馆藏 O2O 信息服务流程和商业领域 O2O 服务过程类似。以图书馆、博物馆和档案馆为例,在整个线性流程中,图博档 O2O 平台客户端直接面向用户,后台则面向实体馆馆员和 O2O 平台管理人员。

图博档 O2O 服务流程有 4 个关键节点:①线上检索。用户在 O2O 平台上检索自己所需的馆藏信息或文化活动服务,后台应建立馆藏及活动数据库,并及时将新信息上架显示,以便对检索提供支撑。②线上下单。图博档用户确认所需服务并下单,同时平台收到用户的表单,向其回复凭证。需要强调的是,文化遗产机构提供的馆藏信息服务和活动同时涉及有偿或无偿类型,有偿服务包括专业信息咨询、展览、讲座等,需线上支付。③线下体验。用户根据来自 O2O 平台的信息,凭订单到实体馆获取服务。实体馆馆员输入用户所提供的凭证信息,由 O2O 平台后台验证,验证成功后向用户提供相关服务。④线上反馈。完成体验后,用户在线上对本次服务进行评价和体验分享,O2O 平台后台收集整理用户评价,进行系统维护和管理,实体馆获取来自 O2O 平台的数据及有偿服务的收入,参照数据调整自身馆藏和人力资源配置,见图 6。

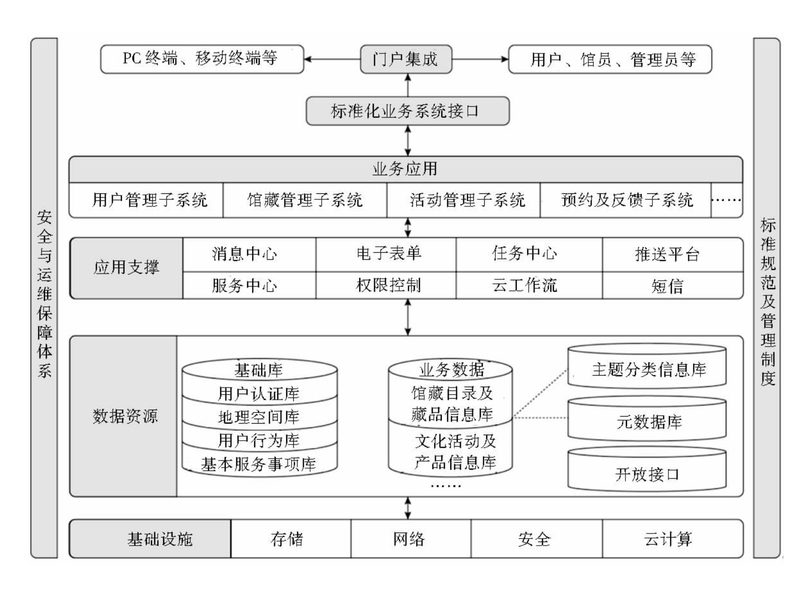


图 5　实体馆 O2O 信息服务平台系统框架

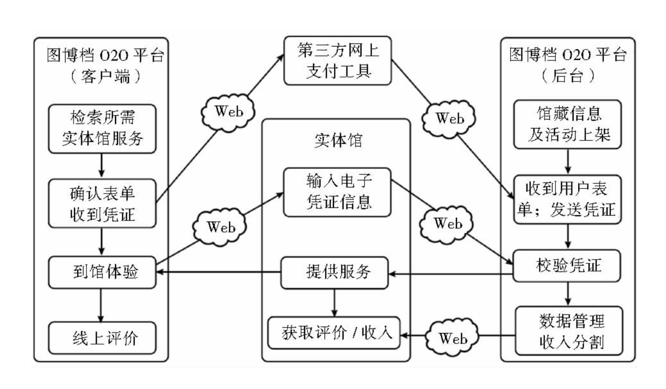


图6　图博档O2O服务流程

4　结语

本研究旨在为图博档领域引入互联网时代行业发展和产业升级的新思路、新方法，该想法符合国家政策号召和行业未来发展趋向。传统馆藏O2O信息服务模式的核心本质在于：首先，用户服务前台向线上转移，为实体馆节省人力物力；其次，它能打开图博档面向更广泛民众的大门，其“开源”的实质是将分散的实体馆藏信息采用虚拟方式在线上集成，为用户提供线下资源及活动的浏览、获取通道，从而深挖传统实体馆的价值空间。因此，该模式不仅能满足移动互联环境下的用户需求，更加有益于图书馆、博物馆和档案馆等文化遗产机构的长远发展。实际应用中，实体馆可灵活结合网站、APP、移动或数字馆等具体形式提供O2O服务，并应树立品牌观念或采用签到方案，提升用户对O2O平台的认知度。在互联网与传统行业深度融合的时代，文化遗产机构线上服务的开展不应与传统线下业务形成对抗，而应成为助力，采用何种手段是需要进一步考虑之处。未来，图博档等文化遗产机构在线上线下联动、协同服务方面的发展大有可期。

参考文献：

[1] 周耀林，贾聪聪.“互联网＋”战略下数字档案信息服务发展策略研究——基于SWOT框架的分析选择[J].档案学通讯,2016(4):56－61.

[2] 姜晨.杭州智慧文化服务平台上线图书可实现O2O借阅[EB/OL].[2017－01－15].http://www.gov.cn/xinwen/2016-12/21/content_5151011.htm.

[3] 马费成，宋恩梅.信息管理学基础[M].武汉：武汉大学出版社，2011:131－133.

[4] ALEX R. Why Online2Offline commerce is atrillion dollar opportunity[EB/OL].[2016－05－07].http://techcrunch.com/2010/08/07/why-online2offline-commerce-is-a-trillion-dollar-opportunity.

[5] 刘旷.再融33亿美元，新美大与Groupon呈现天壤之别[EB/OL].[2016－05－08].http://it.sohu.com/20160119/n434987899.shtml.

[6] 卢益清，李忱.O2O商业模式及发展前景研究[J].企业经济，2013(11):98－101.

[7] 田忠强，陈江鸿.“互联网＋”背景下的档案O2O服务模式研究[J].北京档案,2016(1):7－11.

[8] 肖静萍，朱一丽.面向用户的数字档案资源整合：国外研究及借鉴[J].档案学研究,2017(2):98－101.

[9] 李臻，姜海峰.图书馆移动服务变迁与走向泛在服务解决方案[J].图书情报工作,2013,57(4):32－38.

[10] 王东波.基于“互联网＋”的图书馆未来发展新趋势[J].国家图书馆学刊,2016(3):75－81.

[11] 郝建军，刘勇.“互联网＋”背景下图书馆转型路径与发展策略研究[J].图书馆工作与研究,2017(2):5－8.

[12] 申艺苑，王婷婷.基于“SoLoMo＋O2O”模式的图书馆创新服务研究[J].现代情报,2014(12):80－83,89.

[13] 高荣，韩雨彤.O2O服务模式在图书馆的应用探析[J].图书馆工作与研究,2015(12):92－95.

[14] 吴蛟鹏.城市便利店图书馆建设探析[J]. 图书馆建设,2016(2):33－36.

[15] 严贝妮，姜洁.当自助图书馆遇到迷你图书馆——从两大微型图书馆的发展再谈图书馆服务[J].图书馆建设,2016(2):27－32.

[16] 顾琼，范亚芳.基于O2O服务模式的高校图书馆Human Library社区应用研究[J].图书馆建设,2015(7):78－82.

[17] 钱宇.二维码与图书馆的深度结合：二维码替代条形码[J].国家图书馆学刊,2016(1):106－109.

[18] 陶姝成，豆洪青.图书馆O2O服务模式探析[J].情报资料工作,2014(6):95－97.

[19] 张倩.高校档案用户行为大数据分析技术应用研究[J].档案与建设,2014(8):16－21.

[20] 李永钢.基于O2O模式的数字图书馆用户体验研究[J].图书馆界,2016(1):56－59,63.

[21] 董绍斌.中小企业电子商务运营模式与路径选择[J].企业经济,2011(12):93－96.

[22] 国家档案局档案科学技术研究所.国家开放档案信息共享平台——“中国记忆”的基石[EB/OL].[2017－03－07].http://www.forestry.gov.cn/portal/xxb/s/2519/content-651028.html.

[23] 钟无涯.基于运营主体的区域公共服务平台运营模式比较[J].科技进步与对策,2014(19):36－39.

作者贡献说明：

张璐：研究思路确定及撰稿；
王萍：论文修改及框架指导；
陈为东：论文修改及修图；
张卫东：论文框架调整。

The Study of Traditional Collection O2O Information Service Mode in the Environment of "Internet +"

Zhang Lu Wang Ping Chen Weidong Zhang Weidong
School of Management, Jilin University, Changchun 130022

Abstract: [**Purpose/significance**] In view of the realistic problems of cultural heritage institutions' user service channel blocking, insufficient contact with target users, low utilization rate of collection resources existing in libraries, museums and archives, based on "Internet + traditional collection information service", this paper explores the feasibility of online to offline service mode. [**Method/process**] The paper uses literature review to analyze the drawback of traditional mode, and O2O mode's application in the field of LAM theoretically, illustrates the present situation of internal cultural heritage institutions' application of O2O service method, puts forward traditional collection O2O information service mode, explains its connotation, elements and forms, and discusses the practical operation and service process. [**Result/conclusion**] Cultural heritage institutions are adapting to the changes in digital age. The traditional collection O2O information service mode accords with this tendency, and is helpful to user service development and transformation of LAM.

Keywords: traditional collection information service O2O mode Internet +

《图书情报工作》2017 年优秀审稿专家

2017 年,有 300 余位外审专家参加了《图书情报工作》稿件的同行评议工作,共评审稿件 2 000 余篇次,审阅 4 篇及以上的有 155 位,平均审稿时间为 6 天,高效、高质量的评审为《图书情报工作》遴选高质量稿件提供了保障。综合考虑今年以来的审稿数量、质量和时效,评选出 65 位优秀审稿专家(名单如下)。《图书情报工作》为优秀审稿专家颁发证书并免费寄送一年的期刊。感谢所有审稿专家对《图书情报工作》的大力支持!

(以下优秀审稿专家按姓氏拼音排序):

安小米 中国人民大学数据工程与知识工程教育部重点实验室
曹锦丹 吉林大学公共卫生学院
常 春 中国科学技术信息研究所
储节旺 安徽大学图书馆
邓胜利 武汉大学信息管理学院
丁 堃 大连理工大学 21 世纪发展研究中心暨 WISE 实验室
范爱红 清华大学图书馆
甘春梅 中山大学资讯管理学院
高 凡 西南交通大学图书馆
郭春侠 安徽大学管理学院
郭 宇 吉林大学管理学院
韩 毅 西南大学计算机与信息科学学院
何 胜 江苏理工学院计算机工程学院
胡昌平 武汉大学信息资源研究中心
胡正银 中国科学院成都文献情报中心
黄国彬 北京师范大学政府管理学院
黄 崑 北京师范大学政府管理学院
黄令贺 河北大学管理学院
姜春林 大连理工大学人文与社会科学学部
李 刚 南京大学信息管理学院
李国俊 北京大学图书馆
李 晶 安徽大学管理学院
李 睿 四川大学公共管理学院
李 武 上海交通大学媒体与设计学院
李月琳 南开大学商学院
刘 冰 天津师范大学管理学院
刘春丽 中国医科大学新校区图书馆
刘 华 上海大学图书馆
刘建准 天津工业大学管理学院
刘 勘 中南财经政法大学信息与安全工程学院
刘晓娟 北京师范大学政府管理学院
刘 宇 云南大学历史与档案学院
刘玉仙 同济大学图书馆
刘兹恒 北京大学信息管理系
牟冬梅 吉林大学公共卫生学院
裴 雷 南京大学信息管理学院
秦 鸿 电子科技大学图书馆
盛小平 华南师范大学经济与管理学院
宋 歌 东南大学图书馆情报科学技术研究所
苏新宁 南京大学信息管理学院
滕广青 东北师范大学计算机科学与信息技术学院
王翠萍 东北师范大学计算机科学与信息技术学院
王建芳 中国科学院科技战略咨询研究院
王立学 中国科学技术信息研究所
吴建华 华中师范大学信息管理学院
吴振新 中国科学院文献情报中心
吴志荣 上海师范大学图书馆
武夷山 中国科技发展战略研究院
谢 蓉 上海对外经贸大学图书馆
许海云 中国科学院成都文献情报中心
许 鑫 华东师范大学商学院
闫 慧 中国人民大学信息资源管理学院
杨建林 南京大学信息管理学院
杨思洛 武汉大学信息管理学院
俞立平 浙江工商大学管理工程与电子商务学院
袁顺波 嘉兴学院商学院
查先进 武汉大学信息管理学院
詹庆东 福州大学图书馆
张广钦 北京大学信息管理系
赵 飞 北京大学图书馆
赵宇翔 南京理工大学经济与管理学院
郑德俊 南京农业大学信息管理系
郑巧英 上海交通大学图书馆
周春雷 郑州大学信息管理学院
周庆山 北京大学信息管理系